

## 水 线警戒

## D02

2012年8月3日 星期五  
编辑:张亚男 组版:郭晓妮

齐鲁晚报 今日潍坊

### 1974年:自救时代 披着蓑衣用瓢舀水

1974年8月,潍坊的雨季比过去来得更猛了一些。从潍坊市气象局的资料记录当中可以看到:1974年8月13日降水量188.8毫米。这是市区从1950年以来的最高降水量。

那时,白浪河两岸没有结实的高楼大厦,没有现这样完备的抗洪设施,只有不堪大雨和洪水侵袭的简陋土坯房。

现在的潍坊百货大楼附近是当时有名的东西市场,“卖什么的都有,主要是卖土特产,也有不少人住在那里。”现今已经63岁的张桂山说,1974年8月份,因为一场雨,繁华的东西市场变成了一片汪洋。

经历过当时那场雨的人,不少人用“雨柱子”来形容这场雨的猛烈。远在济南当兵的张桂山也返回家中,庆幸的是,虽然张桂山的家距离受灾的位置并不远,但因为地势较高,家中虽有积水,但并没有造成太大的破坏。

“当时的东西市场受灾最严重,南官街、老南门都被大水淹了,桥面也根本看不见了。”张桂山回忆,突如其来的大雨使白浪河的水位迅猛上升,大水漫出了河堤,洪水冲进了居民区,“这就是我还能记起来的景象。”

“两边做买卖的市场,那几天全没了,估计有好几里地吧,都能看到被水淹了的景象。人都在家里忙活,雨不停地下,就披着蓑衣顶着雨,用家里的瓢往外舀,用沙袋子堵。”

张桂山说,当时救助的政府人员也都靠在河坝上,也穿着蓑衣,但是水来得太突然了,很多人害怕,“不会游泳的人更怕了。”

在那个一切并不完善的年代,面对大雨和洪水带来威胁的时候,自救的意识似乎比现在更强烈一些。

“邻里之间互相帮忙,倒是没出什么大事情,大水没过几天就过去了,西市场、家里、满大街全都是淤泥,冲得到处都很乱。”

本报记者 赵松刚

7月21日北京市气象台上午9时30分发布了暴雨蓝色预警:中午前后将出现降雨,强降雨将主要集中在傍晚到夜间。暴雨之后,官方、民间的信息在网上疯狂传播。

8月2日14点30分,潍坊市气象台发布台风黄色预警信号:“今天傍晚到明天夜间,全市有暴雨,局部大暴雨。”2日下午,不少潍坊市民已经收到短信。信息引导正成为社会公共管理中一个必须要郑重对待的问题,因为这个事情做好了,信息的“正能量”也就出来了。



在“人人都是媒体”的现在,信息传播成为社会管理必须郑重对待的事儿

## 雨中“正能量”

本报记者 周锦江 杨万卿

### 信息爆炸

“雨点已经跟瓢泼的一样”,7月21日17时30分,微博上开始陆续出现关于大雨的直播信息。民间信息再次爆炸在网络上,疯传开来。

当日18时30分,北京市气象台发布自2005年建立天气预警制度以来的第一个暴雨橙色预警,预计持续降雨将超过20小时。

梳理一下7月21日新浪、腾讯两大微博平台。“机场快轨进水了,机场大巴排不上队,首都机场现在一辆出租也没有,谁来救救我们!”当晚滞留在首都机场的旅客达8万多名,一名滞留乘客的微博引发了众多素不相识的网民的关注和转发。

雨越下越大。羽泉组合在微博上发起“雨夜,带陌生人回家吧!”话题,胡海泉这么说:“北京路上开车的朋友们,如果路上遇到回不去家的路人,如果顺路的话,可否帮助这些陌生朋友,搭他们一段路,让大家都能早些回家。”这条微博被网友疯狂转发。

2011年3月16日,全国多地出现抢盐狂潮;2012年7月21日,北京出现40年不遇的大暴雨。两次事件,一个12小时,一个36小时,都有一个共性,权威信息与民间消息的争夺。抢盐风波,是一次权威信息利用公共媒介压倒流言成功的范本;北京暴雨,是一次信息零乱公共媒介措乱中失声的教训。幸有民间细细成线的信息互通,才能生出无数感人的瞬间。

### “正能量”

这个根植物理学的词汇近来被广泛使用,特别是近期上映的现实主义电影《神探亨特张》,将“正能量”一词推为近时间的“前卫词汇”。

从21日12时至22日12时,政务微博共发布微博754条,转发评论50余万次。北京市气象局官方微博“气象北京”全天候滚动播报“天气快报”、“暴雨预警”、“雨情信息”、“地质灾害预警”等信息,“雨情信息”做到每小时一发布;北京市水务局官方微博“水润京华”公布全市各防汛指挥部值班电话,此条微博被迅速转发超过2000次;北京市交通委员会官方微博“交通北京”第一时间公布多条地铁运营信息……

新兴传播渠道:群众自媒体通过微博传播“正能量”。

从各媒体的报道中,很容易就可以发现,包括北京当地媒体,在21日暴雨当天和

22日上午,敏感性表现的相当不足,信息传播的较慢。而同时值得注意的是,从21日暴雨开始,微博关于这场灾难的传播明显更加及时,更新速度令人眼前一亮,号召力也是令人欣慰的。

从22日下午开始,媒体开始集体跟进报道。到此刻,微博已经明显成为了各地灾情报道的主力军。包括北京市民的组织、望京车队,完全是微博上开始传播的。“微博实际上属于公民的自媒体,在政府和媒体之外,又形成了一股力量,是挺重要的一个信息传播渠道。”中国传媒大学媒介评论与舆论引导研究中心主任唐远清赞许地说。

据媒体最终统计报道,在历时约6小时的市民自发组织救援中,共有300多辆爱心车响应号召赴机场志愿接人,接走滞留旅客超过500名。

### 北京样本

以望京车队为例,21日晚上9点多,暴雨越下越大,央视播报首都机场滞留旅客8万人。

22:32,网友“菠菜X6”发送一条微博信息并@了“望京网”。“北京大暴雨,央视新闻频道报道说机场滞留大批旅客,机场快轨停运,没出租车,望京的人们有没有愿意义务去机场接被困的兄弟姐妹们?”一场爱心接力赛从这里开始了。

23:06,“望京网”转发微博并回复“菠菜X6”。“一起呼吁!”很快,这条微博被网友迅速转发,一场爱心车队赴机场志愿救援的义举正式展开行动。“机场滞留8万人,咱不在乎去几辆车,咱要传递正能量,零点35分奔驰大厦前集结,统一标识为双闪,接到人统一送至三元桥,大家注意安全,避免不必要麻烦,一定免费,并@‘望京网’报备车号。”

到现在仍让记者感动的是,在一个小时内,规定集合地点就聚集了20余辆车。

22日1:54,微博上有了最新消息——“首批车队20余辆车抵达首都机场T3航站楼到达层。”“有民警帮助组织,20余辆车在4、5、6号出口附近,打双闪,请有到望京附近的机场滞留旅客找到我们的爱心车队免

费乘坐!”一路开着“双闪”信号灯奔赴机场接客。路上陆续有车加入爱心车队,到达T3航站楼时车辆达到50辆左右。

自发志愿活动得到各方支持,有在机场第一线接送旅客的私家车主,有熬夜在后方提供路况信息的网友,还有人为开车人提供免费咖啡。有网友评论:“望不到头的‘双闪’信号灯,都是爱心在闪耀。这闪亮使北京变得温暖。”

### 应用的可能

而这个样本恰恰说明,权威信息的引领作用,不可忽视。

8月2日上午,在潍坊市气象网上挂出台风蓝色预警信号。“8月2日09时,今年第10号台风‘达维’中心位于北纬33.0度,东经124.1度,即日照东南约520公里的海面上,中心最大风速38米/秒(13级)。受其影响,今天下午到明天夜间,我市南部将有大雨,中部中雨,北部小到中雨。局部暴雨。内陆地区北到东北风4-5级,阵风6级,北部海区东到东北风5-6级,阵风7-8级。”

2日14时30分潍坊市气象台发布台风黄色预警信号,今天傍晚到明天夜间,全市有暴雨,局部大暴雨。内陆南部及海区东到东北风七八级阵风十级。不少市民的手机上出现了这样的信息。

7月30日,济南市防汛部门向省城所有手机用户发送了防汛预警短信,以后短信提醒避免,将形成长效机制。如何发送预警短信,还有一些细节需要完善。据了解,为了缩短短信发送时间,相关部门或将建立数据库,采取分级发送的方式,使各单位的防汛负责人员率先收到短信。

市民邓祖祈老人不看电视不上网,信息获取除了和人聊天就是读报纸。更有老人不看电视、不看报纸,信息源单一到只剩下口口相传。传统媒体在快速进发的群体性事件,得等到第二天才能出声,这十多个小时成为传统媒体声音的空档。

利用高覆盖率的手机短信平台和网络平台,以及“加V”的微博平台均可以实现较为完备的预警。同时使庞大的政府、民间互助力量充分发挥力量。

